

<<大众传媒研究导论>>

图书基本信息

书名：<<大众传媒研究导论>>

13位ISBN编号：9787302125235

10位ISBN编号：7302125236

出版时间：2006-3

出版时间：清华大学出版社

作者：维曼

页数：468

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## <<大众传媒研究导论>>

### 前言

麦克卢汉所预言的地球村，当年人们还半信半疑，如今却几乎成了一个不争的现实。通信卫星、互联网、电子信号以及现代化的交通运输工具，已经将地球联结为一个巨大的网络，环环相扣、息息相关。

中国走向世界或者世界走向中国已经不再是一种期待，中国已经立足于世界，世界已经包容着中国。正是在这样一种全球化的时代，中国的新闻传播教育也进入了一个新时期。

在未来的世界中，信息就是力量，获得信息和传播信息都将成为衡量一个国家和民族在世界上的地位和影响的重要标志。

中国和关于中国的信息传播，其质量和数量都是中国世界形象和世界作用的一个象征。

因而，为了适应这种全球化发展趋势，中国未来的新一代..

## <<大众传媒研究导论>>

### 内容概要

本书是一本经典的媒介研究方法教材。

两位作者都是资深的媒介研究者，维曼（Roger D.Wimmer）博士是一家市场研究公司的总裁和创办人；多米尼克（Joseph R.Dorninick）博士则是佐治大学新闻和大众传播学院的教授，著述甚丰。

两位精通媒介研究的作者一个侧重业界一个基于学界，共同铸就了本书鲜明独特的风格，使得本书自出版以来风行不衰，不仅为大学新闻传播类专业的师生所青睐，也受到业界人士的重视。

全书共分四部分，第一部分介绍媒介研究的一般过程及各个研究要素；第二部分介绍重要的媒介研究方法（侧重量化研究法）；第三部分是介绍数据分析的方法和思路。

第四部分最具特色，针对不同类型的媒介具体介绍其研究方法，包括印刷媒体研究、电子媒体研究、广告和公关研究、媒介效果研究以及互联网在大众传媒研究中的作用等，为读者提供了一幅媒介研究领域全景图。

## <<大众传媒研究导论>>

### 书籍目录

第一部分 媒介研究的过程 第一章 科学和研究 简介 何谓研究？

如何开始？

大众媒介研究的发展 媒介研究和科学方法 获得知识的方法 科学方法的特点 两类研究：学术研究和商业研究 研究过程 决定选题的恰当性 提出假设或研究问题 数据分析和解释 内部效度 外部效度 展示结果 研究提供者和行业服务 小结 第二章 研究要素 概念与构成 自变量与因变量 质化与量化研究 测量的本质 测量的水平 测量量表 信度和效度 小结 第三章 研究伦理 伦理和研究过程 为什么要讲伦理？

一般的伦理理论 伦理原则 具体伦理问题 伦理与在线研究 小结 第四章 抽样 总体和样本 概率样本和非概率样本 样本大小 抽样误差 小结 第二部分 媒介研究的方法 第五章 质化研究方法 目标和思想 质化研究中的数据分析 实地观察 焦点小组 深度访谈 案例研究 人种学 撰写质化研究报告 小结 第六章 内容分析 内容分析的定义 内容分析的使用 ..... 第七章 调查研究 第八章 纵向研究 第九章 实验研究 第三部分 数据分析 第十章 统计分析入门 第十一章 假设检验 第十二章 基本统计方法 第四部分 媒介方法的研究应用 第十三章 印刷媒介研究 第十四章 电子媒介研究 第十五章 广告研究 第十六章 公共关系研究 第十七章 大众媒介研究与互联网 附录 图表术语汇总 人名索引 主题索引

<<大众传媒研究导论>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>